

Die Kleinen und die Großen.

Lokale und minoritäre Sounds und der globale Musikmarkt

Wenn man sich heute mit der Entwicklung lokaler und regionaler Musiken beschäftigt, ist eine Berücksichtigung globaler wirtschaftlicher und kultureller Zusammenhänge unumgänglich. Umgekehrt bietet sich Musik aus vielerlei Gründen als sehr augenfälliges Beispiel für die Untersuchung von Globalisierungsprozessen an: Es gibt keine Gesellschaft bzw. Kultur ohne Musik (aber es gibt sehr wohl Gesellschaften z.B. ohne Fernsehproduktionen), Musik kennt – vordergründig zumindest – keine Sprachbarrieren (wenngleich verschiedene Tonsysteme durchaus als Barrieren wirken können) und Musik ist optimal geeignet, mittels elektronischer Übertragungs- und Aufzeichnungsverfahren rascheste weltweite Verbreitung zu finden (Radios und Kassettenrekorder finden sich auch in nichtindustrialisierten Regionen). Hinzu kommt, dass die Verbreitung der angloamerikanisch geprägten Pop- und Rockmusik im Weltmaßstab bereits lange vor der aktuellen Diskussion um die Globalisierung der Kultur konstatiert worden ist, dass es sich bei dieser speziellen Form von Musik also gleichsam um einen Prototyp globalisierter Kultur handelt.

Aber auch schon die weltweite Verbreitung des abendländischen Tonsystems, erfolgreich durchgesetzt im Zuge der von Europa ausgehenden Kolonialisierung, stellt einen Präzedenzfall für die Globalisierung von Musik dar. Der wesentliche Unterschied zum 'Pop- und Rockphänomen' wäre vor allem darin zu sehen, dass im Zuge dieser 'ersten' Kolonialisierung Musik als (kulturelles) Mittel zum Zweck (polit-ökonomischer Unterwerfung) eingesetzt wurde, vorwiegend missionarische, militärische und politische Aspekte im Vordergrund standen und daher auch musikalische Werte in den Bereichen Kirchenmusik, Militärmusik und Musikerziehung (letzteres weitgehend nur für die jeweiligen Eliten von Relevanz) vermittelt wurden (vgl. z.B. Blaukopf 1996, S. 270ff oder

Wiora 1988, S. 139ff), während nunmehr, im Zuge einer weitergehenden, transkulturellen Kolonialisierung, Musik als ökonomischer Selbstzweck weltweit verbreitet wird, und es daher die 'Massen' sind, die über Massenmedien von angloamerikanischer Pop- und Rockmusik beeinflusst werden.

Aber war und ist es tatsächlich eine Einbahnstraße? Wirkten nicht auch schon die Musiken der Kolonien auf die abendländische Musikkultur zurück, festzumachen z.B. an der simplen Tatsache, dass die sogenannte angloamerikanische Pop- und Rockmusik ja in Wirklichkeit ein Amalgam verschiedenster Musikkulturen aus aller Welt ist? Wie ist in diesem Zusammenhang z.B. das Phänomen 'world music' (vgl. z.B. Baumann 1992, Netti 1985) einzuschätzen? Für die aktuelle Situation ist jedenfalls festzuhalten, dass gleichzeitig mit der (zumindest propagierten) Globalisierung der Kultur als Gegenbewegung eine verstärkte Tendenz zur Regionalisierung zu konstatieren ist. Diese äußert sich in Form von Abwehr oder Ablehnung transkultureller Werte oder Güter bzw. im Hervorstreichen der endogenen kulturellen Werte und Produkte. In beiden Fällen sind ideologische und/oder wirtschaftspolitische Motive und entsprechende Maßnahmen (Diskriminierung transkultureller Werte als Junk, Kontingentierungen, Quoten etc.) festzumachen (vgl. dazu z.B. Featherstone 1990, Featherstone/Lash/Robertson 1995, Beck 1997, Galtung 1997 u.v.a.m.).

Es erhebt sich also die Frage, ob tatsächlich von einer Globalisierung schlechthin gesprochen werden kann bzw. ob nicht zumindest eine differenziertere Sicht angebracht ist, bei der z.B. zwischen kultureller, politischer, wirtschaftlicher Globalisierung unterschieden wird (wie z.B. Appadurai 1990 vorschlägt). So fragt der Kulturosoziologe Abram de Swaan:

"Ist eine einzige, einheitliche und weltweite Kultur im Entstehen, und, wenn ja, steht sie für eine Verwestlichung oder gar Amerikanisierung (Ritzer 1993) oder wird diese einzige globale Kultur durch einen 'Verkehr' in beide Richtungen zwischen Zentrum und Peripherie gestaltet, durch 'Indigenisierung' und 'Kreolisierung' (Hannerz 1987), oder gibt es Pluralität transnationaler Kulturen, die ihren Ursprung in Afrika, Asien, Lateinamerika und auch in Europa und den USA haben (Appadurai 1990)?" (de Swaan 1995, S. 108)

Daneben sind natürlich noch andere, speziell auf die Musik abzielende Erklärungsmodelle erwähnenswert: Transkulturation (Wallis/Malm 1984, Malm/Wallis 1992), "cultural mix" (Nettl 1985), Hybridisierung, (z.B. Regev 1997) oder "inverse Kolonialisierung" (Cooper 1993).

Eine Auseinandersetzung mit der Frage, wie die gegenwärtige Entwicklung zu bewerten ist, ob und wie weit sie tatsächlich mit einem dieser Modelle ausreichend beschreibbar ist, kann nur im Rahmen einer engen Verbindung von theoretischen und empirischen Herangehensweisen erfolgen. Einerseits bedarf es der Bezugnahme auf umfassende empirische Befunde zum Musikleben im globalen Maßstab, andererseits ist nur eine theoretisch gut fundierte Sichtung dieser Befunde sinnvoll.

Theoretisches zu Musik und Globalisierung

Eine der meistverbreiteten Thesen im Zusammenhang von 'Musik und Globalisierung' lautet, dass authentische Musikkulturen von angloamerikanischer Populärmusik bedroht bzw. verdrängt werden. Eine intensivere Beschäftigung mit der Thematik zeigt allerdings, dass die Suche nach der Authentizität von Musik eine 'endlose Geschichte' ist. Die angloamerikanische Populärmusik war von Anfang an ein Gemisch verschiedenster Musiken aus allen Teilen der Welt. Seit es sie gibt, ist sie ein multikulturelles Projekt (vgl. z.B. Garofalo 1993, S. 25f). Dasselbe gilt für andere 'authentische' Musiken, nicht zuletzt für jene, die Beiträge zu den angloamerikanischen Sounds geleistet haben. Es handelt sich bei der Frage nach dem Wesen angloamerikanischer Populärmusik daher nur um eine Variante des sowohl theoretisch wie musikpolitisch brisanten Problems, was heimische (authentische, lokale, endogene) Musik ausmacht bzw. ob und wie weit überhaupt legitimerweise von heimischer Musik gesprochen werden kann.

Aktuellere – zumeist musiksoziologisch orientierte – Ansätze zur Klärung dieses Phänomens gehen daher durchweg von der Tatsache einer ständigen Durchmischung verschiedenster Musikkulturen aus und stellen die Frage nach dem 'Null-Punkt' erst gar nicht (was als Hinweis dafür gelten mag, dass die Frage nach

Authentizität zumindest in einer sozialwissenschaftlich argumentierenden Diskussion mittlerweile obsolet ist).

Basierend auf den Ergebnissen des in diesem Zusammenhang vermutlich wichtigsten, weil empirisch vor Ort recherchierten und weltumspannenden Projekts *Music in Small Countries* schlagen Krister Malm und Roger Wallis vor, zu unterscheiden zwischen "four different ways in which music travels between countries, cultures and peoples: cultural exchange, cultural dominance, cultural imperialism and transculturation. All four categories continue to exist, affecting music activities in different ways" (Malm/Wallis 1992, S. 208). Kultureller Austausch (cultural exchange) beschreibt eine Situation des Gebens und Nehmens, ohne Zahlungsverkehr und ohne Erwerb oder Bestätigung privater Eigentumsrechte. Im Falle kultureller Dominanz (cultural dominance) zwingt die herrschende Kultur ihre Musik und ihre musikalischen Normen einer untergeordneten resp. unterworfenen Kultur auf, wobei die kulturelle Dominanz sich auf politische oder militärische Dominanz stützt. Im Falle des kulturellen Imperialismus (cultural imperialism) wird die kulturelle, politische und militärische Dominanz durch ein Netz ökonomischer Abhängigkeiten ergänzt oder überlagert und damit verstärkt. Transkulturation (transculturation) schließlich wird verstanden als "a combination of stylistic elements from several forms of local music taking place in the industrial environment. Thus transcultural music is an industrial product without roots in any specific ethnic group. In the transculturation process, individual local music cultures pick up elements of the output of the international music industry" (Malm/Wallis 1992, S. 215). Transkulturation stellt also eine Entwicklung dar, die jenseits des Kulturimperialismus anzusiedeln ist, und dies vor allem deshalb, weil davon auszugehen ist, dass transnationale Unternehmen sich am Publikumsgeschmack orientieren und ihn nicht – wie im Falle des Kulturimperialismus – gezielt manipulieren und steuern wollen.

Diese Identifizierung von neuen, eigenständigen musikalischen Stilen, deren Charakteristik eben darin besteht, dass sie nicht auf eine spezifische nationale musikalische Tradition (also auch nicht auf die angloamerikanische) zurückgeführt werden können, findet sich mit leichten Modifikationen und unterschiedlichen Bezeichnungen auch bei weiteren Autoren:

Paul Rutten übernimmt den von Ulf Hannerz in die Diskussion zur Globalisierung eingebrachten Begriff der "Kreolisierung", um wesentliche Merkmale der Popularmusik-Entwicklung zu beschreiben:

"A creole culture is a culture which developed out of an interaction process of two or more different cultures in such a way that the new culture better serves as a meaning system [...] than the cultures from which it has been constructed. [...] All of the transnational music companies [...] and most of the so called independents produce, distribute and market national repertoire resulting from creolisation process." (Rutten 1996, S. 68f)

Edward Larkey (1993) entwickelt im Rahmen einer Fallstudie zur jüngeren Geschichte der Popularmusik in Österreich, insbesondere zum sogenannten 'Austropop', ein entsprechendes Modell zur Beschreibung des Prozesses der Vermischung verschiedener Musikkulturen. Zunächst versteht er – in Anlehnung an Alfred Kroeber (1963) – bestimmte (lokale, nationale, transnationale etc.) musikalische Kulturen als musikalische 'Traditionen', die sich in einem ständigen Entwicklungs- bzw. Diffusionsprozess befinden. So umgeht er von vornherein das Problem, lokale Musik als etwas Authentisches definieren zu müssen. In Bezug auf die Wechselwirkung zwischen internationalen (angloamerikanischen) und heimischen (österreichischen) Traditionen unterscheidet Larkey vier Entwicklungsstadien:

1. reiner Konsum: internationale Traditionen werden zunehmend bevorzugt;
2. Imitation: heimische Musiker beginnen Musik in der Tradition ihrer internationalen Vorbilder zu machen;
3. De-Anglisierung: internationale Traditionen werden mit Texten in der Landessprache (auch im Dialekt) kombiniert; und
4. Re-Ethnifizierung: eine eigene, neue Tradition wird entwickelt, die neben der textlichen auch die rein musikalische Dimension umfasst, begleitet von der Entwicklung bestimmter Infrastrukturen des Musiklebens (Zeitschriften, Rundfunkprogramme, Produzenten, Studios, Festivals etc.).

In etwas modifizierter Weise findet sich dieses Modell bei Motti Regev (1997) wieder, der vor allem zwischen Imitation (worunter

er auch die De-Anglisierung subsumiert) und Hybridität (die im wesentlichen Larkeys Re-Ethnifizierung entspricht) unterscheidet. Während er unter Imitation "local, non-Anglo-American styles of punk, metal, rap, progressive or other sub-styles of rock" versteht, charakterisiert durch "the relative ease with which claims for legitimacy (within the local/national context) or interpretations of the music as 'locally authentic' can be made" (ebd., S. 132), meint er mit Hybridität "music scenes in which rock elements are selectively adapted and mixed with traditional styles. (...) Practitioners of such hybrid musics sometimes do not even have to claim their 'local authenticity'" (ebd., S. 134). Des Weiteren unterstreicht er, dass es sich nicht, wie bei Larkey, notwendigerweise um ein Entwicklungsmodell handeln muss, sondern dass "both imitations and hybrids tend to coexist, and even compete over national legitimacy" (ebd., S. 136).

Auf einem etwas konkreteren Niveau argumentierend widerspricht Dave Laing (1992) der weit verbreiteten Meinung, dass jene Kultur, in der sich ein Musikstil zuerst entwickelt hat, auch zweifellos die besten Beispiele dieses Genres hervorbringen müsse. Als Belege dafür, dass die angloamerikanische Hegemonie im Schwinden begriffen sei, führt er drei Beispiele aus der aktuellen musikalischen Entwicklung an:

1. 'Dance', eine Stilrichtung, bei der zunehmend auch kontinental-europäische Acts internationale Erfolg erzielen können;
2. 'Heavy-Metal', mit einem Gesangsstil, der nichts mit dem angloamerikanischen Gesangsstil gemein hat und dadurch leicht in jedem Kulturraum eine eigenständige Entwicklung nehmen kann; und
3. 'Ballads' oder 'Adult Oriented Rock', eine Musikrichtung, bei der ebenfalls viele Sänger/Innen, die sich nicht des Englischen bedienen, auf gesamteuropäischer Ebene und nicht nur im lokalen Kontext zu Stars geworden sind.

Hinzugefügt werden könnte als weiteres Beispiel 'Techno', ein Stil, der sich aus den deutschen Electronic Bands der 1970er Jahre entwickelt hat und in Kontinentaleuropa (in dieser Form jedoch nicht in Großbritannien) sehr erfolgreich ist. Und erwähnenswert ist auch, dass der 'Sommerhit' von 1996, *Macarena*, der alle Hitlisten

der Welt einschließlich der US-amerikanischen anführte, von dem spanischen Duo LOS DEL RIO stammt und der vergleichbare Welt-erfolg von 1999, *Mambo No.5* von Lou Bega, ein ähnliches multi-kulturelles Produkt darstellt.

Resümierend lässt sich feststellen, dass das Argument der anglo-amerikanischen Vormachtstellung in der Populärmusik in der aktuellen einschlägigen Literatur nicht zu finden ist, sondern im Gegenteil sehr viel differenziertere Modelle (Transkulturation, Kreolisierung, Hybridisierung oder Re-Ethnifizierung) zur Beschreibung der Herausbildung neuer eigenständiger Mischformen zu finden sind. Vor dem Hintergrund dieser Modelle bzw. der ihnen zugrunde liegenden Befunde ist die These von der Globalisierung der Musik zumindest in kultureller Hinsicht zu relativieren.

Um Globalisierung in ihrer Komplexität erschließen zu können, muss freilich ihre phänomenologische Beschreibung in Bezug auf Veränderungen der musikalischen Formen durch eine Untersuchung der ihr zugrunde liegenden ökonomischen Strukturen ergänzt werden. Als paradigmatisch kann hier die Tonträgerproduktion angesehen werden.

Strukturen der Phonographischen Industrien

Untersuchungen zur phonographischen Industrie – insbesondere wenn sie auf internationaler Ebene angesiedelt sind – stützen sich beinahe ausschließlich auf Daten, die von der IFPI, der International Federation of Phonogram Producers, veröffentlicht wurden. Es ist dies vermutlich die einzige Quelle, die der Forschung zur Verfügung steht, wenn es um die Analyse globaler Entwicklungen geht. Die Abhängigkeit von diesen Daten ist natürlich problematisch, da aus guten Gründen Vorsicht hinsichtlich der Zuverlässigkeit der Datenerhebungen und ihrer Validität angebracht ist. Zur Zuverlässigkeit muss zumindest festgehalten werden, dass es sich vielfach ganz offensichtlich um Schätzungen handelt, in den Statistiken ausschließlich die Daten der Mitgliedsländer veröffentlicht werden, vor allem aber davon auszugehen ist, dass aus verschiedensten unternehmenspolitischen Gründen völlige Transparenz letztlich gar nicht erwünscht ist (vgl. Harker 1997). Zur Validität ist

anzumerken, dass bei einigen entscheidenden Erhebungskategorien weder eine genaue Definition zu finden ist, noch Informationen über das – damit eng zusammenhängende – Zustandekommen dieser Werte verfügbar sind. Als weitere Quelle könnten die internationalen Tantiemenflüsse (vgl. z.B. Throsby 1998) herangezogen werden; diese sind allerdings schwer zugänglich.

Die einschlägigen Untersuchungen zur weltweiten Tonträgerindustrie beschäftigen sich vor allem mit Marktentwicklungen, Marktanteilen, mit Fragen der Tonträger-Piraterie, mit der Analyse des Produktions- und Vertriebsprozesses, mit dem Verhältnis von großen und kleinen Tonträgerunternehmen und dem Anteil heimischer Produktionen (vgl. Burnett 1996, Chapple/Garofalo 1980, European Music Office 1996, Gebesmair 2000, Harker 1997, Laing 1986 und 1992, Lange 1986, Maim/Wallis 1992, Negus 1992, Peterson/Berger 1990, Rutten 1996, Smudits 1998, Shore 1983). In allen aktuelleren Untersuchungen finden sich folgende – für die vorliegende Thematik relevanten – Befunde bzw. Problemfelder:

- Seit Beginn der 1990er sinkt bzw. stagniert die Vorherrschaft der USA auf dem Weltmarkt für Tonträger. Damit stellt sich die Frage, ob durch diese Entwicklung auch die – in zahlreichen Studien beschriebene – Dominanz angloamerikanischer Populärmusik beeinflusst wird.
- Zu Beginn des 21. Jahrhunderts gibt es drei europäische (Universal, EMI, BMG), ein japanisches (Sony) und ein US-amerikanisches (Warner) Unternehmen, sogenannte 'Major Companies', die den Weltmarkt für Tonträger unter sich aufteilen. Obwohl es sich um geographisch eindeutig fixierbare Unternehmen handelt, ist es schwierig, den Ursprung der von ihnen vermarkteten 'Kultur' zu lokalisieren.
- Major Companies haben ein globales Kulturverständnis und sie agieren auch in ökonomischer Hinsicht auf globaler und nicht auf nationaler oder regionaler Ebene. Produktionsziffern von Tonträgern sagen nichts über die Musikkultur des Landes aus, in dem diese Tonträger hergestellt werden. Zahlen zum Export oder Import der 'Ware Tonträger' haben ausschließlich wirtschaftliche und keine kulturelle Bedeutung. So ist es gut möglich, dass ein Land ein hohes Exportvolumen an CDs hat,

gleichzeitig aber kein einziger Künstler des entsprechenden Landes auf diesen CDs zu finden ist.

Die Strategien der Majors

Selbstbild: 'Global Players'

Die Majors haben am internationalen Musikmarkt bereits eine oligopolistische Struktur etabliert oder sind im Begriff, dies zu tun, und sie folgen dabei in organisatorischer Hinsicht den Prinzipien der Massenproduktion (economy of scale). Gleichzeitig setzt sich aber auch bei den Majors ganz offensichtlich immer mehr das Bewusstsein durch, auch auf lokale Nachfragen spezifisch eingehen zu müssen, wenn sie ihre weltweite Vormachtstellung behalten wollen. Einige Aussagen von Vertretern von Major Companies seit Beginn der 1990er Jahre illustrieren ihre Reaktionen auf diese Entwicklung.

"Like Time-Warner, Thorn-EMI informed its shareholders that the music division had been refocused into a 'truly global' organisation; and Bruce MacKenzie, senior vice president of PolyGram, described his company as a 'European based global recording group'. At the same time Akio Morita, president of the Sony Corporation, was propounding his strategy of 'global localisation' and explaining that he had no time for 'the word multinational [...] If it means a company with many nationalities then that is not Sony. Sony is global'." (Negus 1992, S. 6)

Derselbe Trend ist beim bedeutendsten globalen Musik-Fernsehsender MTV zu beobachten:

"Mehr als ein Jahrzehnt lang hatte Sumner Redstone, Boss der MTV-Dachfirma Viacom, an dem Konzept festgehalten, dass die nach weißen, bürgerlichen, US-Maßstäben zurechtgezimmerte MTV-Kultur unverändert überall auf der Welt gültig sein müsse. Ende 1995 war auch Redstone klar, dass dieser Ansatz nicht mehr funktioniert: 'Wir mussten lernen, dass unsere Sender erfolgreicher sind, wenn sie den lokalen Märkten angepasst werden'. Die Folge: MTV sendet in Asien nun auch auf Japanisch, Hindu und Mandarin, in Brasilien in Portugiesisch und in Deutschland [...] zum Teil auch in deutscher Sprache." (Wagner 1997, S. 72)

Es fand aber nicht nur eine regionale sondern auch eine musikalische Ausdifferenzierung statt: Pop, Ambient, Rhythm & Blues und Techno wurden in das Programm aufgenommen.

Die Strategien am Beispiel Europas

Keith Negus (1994, S. 7) beschreibt die Strategien der Major Companies folgendermaßen: Zunächst wird die Welt in eine Reihe eindeutig abgrenzbarer Regionen unterteilt; gegenwärtig sind dies

- a) die USA und Kanada,
- b) Europa,
- c) Südost-Asien sowie der pazifische Raum.

Danach werden Zentren in den wichtigsten Städten der jeweiligen Region eingerichtet, in denen die wesentlichen Entscheidungen fallen. Schließlich werden im Zuge der Entwicklung des regionalen Betriebsbereichs bestimmte Richtlinien bezüglich Repertoire und künstlerischer Praxis festgelegt, was notwendigerweise der Bevorzugung bestimmter musikalischer Stile und Richtungen entspricht.

In Europa besteht das Hauptziel im Aufbau eines internationalen Repertoires, was bedeutet, dass angloamerikanische Acts "which are euphemistically called 'international repertoire'" (Negus 1994, S. 8) forciert werden, statt lokale Acts anzuhäufen und zu fördern. Da eine einzige Zentrale für das Repertoire einer gesamten Region verantwortlich ist, sind die nationalen Niederlassungen dieser Zentrale gegenüber rechenschaftspflichtig, so dass eigenständige Arbeit im Interesse lokaler Acts nur sehr begrenzt Platz greifen kann. Im gesamten Bereich Kontinentaleuropas müssen wichtige Entscheidungen über den Ankauf und die Vermarktung lokaler Acts mit Managern in London und dann in New York ausgehandelt werden (dass diese Manager ihre speziellen Vorlieben und Vorurteile haben, versteht sich von selbst). Nur den Mitarbeitern im Bereich der großen nationalen Märkte Deutschland und Frankreich wird ein gewisses Maß an Autonomie zugestanden (Negus 1994, S. 8).

Allerdings gibt es zugleich klare Hinweise darauf, dass seit dem Ende der 1980er und dem Beginn der 1990er Jahre eigenständige

musikalische Entwicklungen eingesetzt haben (vgl. Mitchell 1996), in Ländern wie Holland, Deutschland, Belgien, Frankreich, Spanien und Italien der Umfang des nationalen Repertoires zunimmt und internationale Megastars weniger Gewinn bringen als noch Mitte der 1980er Jahre (vgl. Rutten 1996, S. 71).

In Europa unterscheidet Laing (1992) zwei Gruppen von Großunternehmen: die fest in Europa verwurzelten wie EMI und PolyGram (mittlerweile Universal) und die erst in den letzten 20-25 Jahren paneuropäische Strategien entwickelnden wie Sony, Warner und BMG. Die Unternehmen der ersten Gruppe verfolgen bezüglich lokaler Musiken wesentlich sensiblere Strategien. EMI unterscheidet zum Beispiel zwischen drei Produktionstypen:

- a) nur für den nationalen Markt von Interesse,
- b) für größere, transnationale Sprachgruppen von Interesse (deutschsprachige Länder, skandinavische Region) und
- c) für den internationalen Markt von Interesse.

Im Gegensatz dazu zeichnen sich die Strategien der 'Neueinsteiger' von Anfang an durch die Produktion, Bewerbung und Vermarktung von angloamerikanischen Acts aus. Sony errichtete die Europa-Zentrale in London (Sony Square Records) und bringt grundsätzlich nur Künstler heraus, die sich des Englischen bedienen.

Es gibt also einerseits ein explizites Bekenntnis zur Notwendigkeit, lokale Künstler und Musiken zu berücksichtigen, andererseits bestehen zwingende wirtschaftliche Gründe, die Produktion und Verbreitung internationaler Acts zu forcieren. Laing (1992, S. 130) unterstreicht "that large companies seldom allocate significant resources to countries with a numerically small language community".

Bei all diesen Befunden ist mitzubedenken, dass im Zuge der verschiedensten Mergers natürlich neue Unternehmensstrategien entwickelt werden und der jeweils aktuellste Stand der Dinge zu meist schon beim Niederschreiben eines Textes – so auch des vorliegenden – überholt sein kann.

Dennoch: Alles in allem betrachtet können die Strategien der Major Companies bzw. deren Folgen nur aus sehr eindimensionaler Sicht als brutaler bzw. erfolgreicher Wirtschafts- und Kulturimperialismus bezeichnet werden, dies gilt vor allem, wenn die nachfolgenden Daten zum Anteil heimischer Musik in Betracht gezogen werden.

Der Anteil heimischer Musik an nationalen Märkten

Ein Indikator, der Aufschlüsse darüber geben kann, wie die Lebens- und Überlebenschancen lokaler Musiken im Zeitalter globalisierter Musik einzuschätzen sind, ist der Anteil heimischer Musik bezogen auf die gesamten Tonträgerumsätze eines Landes. In den Statistiken der IFPI (vgl. z.B. IFPI 1996, Smudits 1998, Gebesmair 2000) – den einzigen, die internationale Vergleiche ermöglichen – wird ein solcher 'domestic share' ausgewiesen, allerdings ohne dass näher spezifiziert ist, was darunter genau zu verstehen ist oder nach welchen Kriterien die Zuordnung erfolgt. Dennoch ist davon auszugehen, dass diese Zahlen eine nicht unbeträchtliche Aussagekraft haben, was (ökonomische, institutionelle, zeitliche etc.) Quantitäten betrifft (s. Tabelle auf gegenüberliegender Seite).

Eine grobe Analyse der IFPI-Daten für die späteren 1990er Jahre (Bontinck/Smudits 1997, Smudits 1998, Gebesmair 2000) ergibt zum Beispiel, dass in mehr als 90% der nicht-westlichen Länder (Lateinamerika, Afrika, Asien) der Anteil heimischer Produktionen über 30% und in immerhin 78% der nicht-westlichen Länder dieser Anteil sogar über 50% des Gesamtumsatzes ausmacht. Bei den westlichen Ländern dagegen (Europa, Nordamerika, Australien) liegt der Anteil heimischer Produktionen am Gesamtumsatz bei gut der Hälfte der Länder höher als 30% und bei nur einem Viertel werden Werte um die 50% erreicht. Vor allem einige der eher kleinen westeuropäischen Länder (wie Österreich, Belgien, Irland, Norwegen oder die Schweiz) entsprechen dem Klischeebild "musikalischer Kolonien" (bis zu 20% heimisches Repertoire). Andererseits zeigt sich aber, dass die Größe des Binnenmarktes nicht das ausschlaggebende Moment ist, denn Dänemark, Finnland oder Schweden sind trotz relativer 'Kleinheit' des Landes mit relativ hohen "Heimanteilen" ausgestattet.

Anteil des "heimischen Repertoires" in % des Gesamtumsatzes 1995-1998 (ohne Multi-Artist-Sampler)

Western Europe	1995	1996	1997	1998
Austria	11	10	15	15
Belgium	13	15	15	20
Denmark	30	34	36	35
Finland	37	41	37	42
France	47	49	48	44
Germany	35	40	40	43
Greece	56	59	62	59
Iceland	45	47	42	45
Ireland	18	19	16	16
Italy	46	54	50	k.A.
Netherlands	24	23	26	27
Norway	19	24	19	19
Portugal	21	22	21	31
Spain	32	36	42	42
Sweden	31	29	31	25
Switzerland	6	7	6	8
United Kindgom	51	51	54	48

(Quelle: Gebesmair 2000, S. 164, Auszug)

Aus diesen zugegebenermaßen sehr oberflächlichen Befunden, die eine theoretische Vertiefung sowie eine eingehendere Interpretation nahe legen, wird aber zumindest deutlich, dass nicht von einer Verwestlichung der Musikkultur im globalen Maßstab gesprochen werden kann, sondern vieles für die Hypothese spricht, dass unterschiedlichste regionale und nationale Muster identifiziert werden können, die durch geopolitische, historische, kulturelle und ökonomische Faktoren zu erklären sind, – dass also zwischen kultureller und ökonomischer Globalisierung zu unterscheiden ist.

Zum Verhältnis von 'Majors' und 'Independents'

Von den Majors 'unabhängige' Firmen, sogenannte Independents, sind Plattenfirmen oder Labels, die Tonträger produzieren oder besser: kreieren, aber nicht massenhaft herstellen und vertreiben. Mit 'produzieren' ist in diesem Zusammenhang all das gemeint, was bis zur Erstellung einer vielfältigbaren Aufzeichnung geschieht, also nicht das Pressen einer großen Zahl desselben Tonträgers. Zur Verdeutlichung sei auf die Begrifflichkeit von Laing (1986) verwiesen, der zwischen origination, manufacturing und distribution unterscheidet. Independents sind meist Kleinbetriebe (Negus 1992 zieht den Begriff 'Minors' vor), manchmal erreichen sie mittlere Größe.

Das Verhältnis zwischen Majors und Independents wird als entscheidend dafür angesehen, ob und wie weit Vielfalt oder Standardisierung die Entwicklung des internationalen Musiklebens kennzeichnen. Hier stehen Befunde, dass zunehmende Konzentrationsbestrebungen der Majors die Vielfalt schmälern (vgl. Peterson/Berger 1990), Einschätzungen gegenüber, die mehr oder weniger differenziert von kooperativen, ja symbiotischen Beziehungen zwischen großen und kleinen Unternehmen sprechen (vgl. z.B. Burnett 1996, Negus 1992, Hesmodhalgh 1996).

Independents sind oft auf bestimmte – künstlerische oder lokale – Nischen des Musiklebens spezialisiert und stehen daher in enger Verbindung mit den jeweiligen Musikszenen, aus denen heraus sich immer wieder – letztlich auch für die Majors interessante –

neue Trends entwickeln. Allerdings ist es für Independents schwer bis unmöglich ihre 'Entdeckungen' am Weltmarkt erfolgreich zu platzieren. Anders gesagt: Independents bemühen sich intensiver um lokale oder minoritäre Musiken als Majors; zum Teil aufgrund wirtschaftlicher Notwendigkeit, zum Teil aufgrund eines selbst-erteilten Kulturauftrags. Wenn Independents allerdings mit einer neuen musikalischen Stilrichtung oder auch nur einem 'Act' erfolgreich sind, sehen sie sich häufig aus wirtschaftlichen Gründen – d.h. um die ständig wachsende Nachfrage decken zu können – gezwungen, enge vertragliche Bindungen mit einem Major einzugehen (vgl. Hesmodhalgh 1996). Diese Produktions- und Vertriebsmodalitäten nehmen natürlich Einfluss auf ihre Unabhängigkeit.

Vorrangiges Ziel der Majors dagegen ist es, möglichst leichten Zugang zum Repertoire und den Katalogen der Independents zu erlangen sowie sich jene Kompetenzen in den Bereichen 'artist development' und Marketing anzueignen, die den neuesten musikalischen Entwicklungen angepasst sind (vgl. Rutten 1996). Aus der Sicht der Majors fungieren die Independents somit als potentielle 'talent-scouts', die sie im besten Falle nur genau zu beobachten brauchen, ohne dass spezielle Kosten für sie entstehen bzw. von ihnen übernommen werden müssen, sobald sich Erfolg eingestellt hat. Nicht zuletzt basiert das seit Ende der 1980er Jahre zu konstatierende und wachsende Interesse der Majors an den Aktivitäten der Independents (vgl. Laing 1986) auch auf der zunehmenden Notwendigkeit, einer immer differenzierteren Nachfrage auf lokalen Märkten möglichst wirksam begegnen zu können.

Wie sich das Verhältnis von Majors und Independents angesichts der neuen Produktions- und Vertriebsmöglichkeiten, die im Zuge der Digitalisierung und der immer intensiveren Nutzung des Internet als Distributionsmedium entstehen (vgl. Ryan/Peterson 1993), weiterentwickeln wird, darüber kann derzeit nur spekuliert werden. Festzuhalten ist in jedem Fall, dass das Verhältnis zwischen Independents und Majors weiterhin genau zu verfolgen sein wird, wenn es um die Einschätzung der zukünftigen Entwicklungsmöglichkeiten lokaler Musiken, der Musik kleiner Länder oder der Musik von Minderheiten geht.

Majors und 'Nischen-Musiken': symbiotisch oder parasitär?

Als 'Widerparts' zu den Majors lassen sich grob gesprochen zwei Varianten von Musiken ausmachen: Zum einen avantgardistische Stilvarianten populärer Musiken, minoritäre Nischen also, die aber durchaus schon überregionale Verbreitung haben können, durchaus transkulturell sein können, keinesfalls also lokale Musiken sein müssen. So gibt es z.B. mittlerweile in fast allen (industrialisierten) Ländern einigermaßen überschaubare Szenen zu verschiedensten populärmusikalischen Sub-Stilen (von HipHop bis Techno, von Industrial bis Death-Metal, von Folk-Rock bis Rockabilly etc.), die über das Internet oder traditionelle Kommunikationsmedien (fanzines, mail-order etc.) international gut vernetzt sind. Hier handelt es sich also nicht um lokale Musikstile (im geografischen Sinn), minoritär sind diese Stile in der jeweiligen Region aber allemal. (Die strukturelle Verwandtschaft mit traditioneller Kunstmusik ist offensichtlich; trotzdem folgt letztere vor allem aus historischen Gründen eigenen Gesetzmäßigkeiten und wäre daher gesondert zu behandeln.)

Die zweite Variante des 'Widerparts' zu den Majors sind natürlich die lokalen, endogenen Musikstile, geografisch und/oder ethnisch festmachbare Volksmusiken also. Für beide Varianten sind 'kleine' Tonträgerfirmen – Independents – wesentliche Faktoren für das Leben und Überleben dieser Nischen-Musiken.

Aber – und darauf will ich abschließend und zusammenfassend eingehen – die 'Nischen-Musiken' spielen auch eine wesentliche Rolle im industrialisierten Musikschaftern, im Geschäft der Majors also. Dem industrialisierten Produktionsbereich nur formal subsumiert, also vorgelagert und tendenziell ausgegrenzt, fungieren diese minoritären Musiken als Ideenbringer für die Musikindustrie, gerade dann, wenn es sich um unbekannte, aber umso innovative oder sendungsbewusste Musikschafternde handelt. Denn die Risikobereitschaft innerhalb der Kulturindustrie ist aus ökonomisch einsichtigen Gründen nicht sehr hoch. Bewährtes wird so lange produziert, bis das Publikum gesättigt ist. Doch was dann? Innovative ästhetische Impulse kommen immer noch aus dem experi-

mentellen, ökonomisch kaum rentablen Bereich des avantgardistisch-experimentellen Musikschafterns.

Die hier – in den Nischen – agierenden Musikschafternden sind gleichsam Mitarbeiter eines der Musikindustrie vorgelagerten Forschungs- und Entwicklungslabors. Von ihnen kommen neue Ideen, formaler wie inhaltlicher Art, die sich sozusagen am 'Probemarkt' der 'kleinen', nicht auf Massenproduktion ausgerichteten Musikproduktion der Independents bewähren müssen. Einmal auf diesen Märkten erfolgreich, finden ihre Ideen, Konzepte und Projekte – oftmals in entschärfter, befriedeter Form – auch Zugang zum 'großen' Markt der industrialisierten, mediatisierten Kultur.

Aber die Musikindustrie bietet den avantgardistischen Musikschafternden auch etwas: viele experimentelle Formen wären gar nicht denkbar, nicht produzierbar und verbreitbar in der Form, in der sie letztlich doch – in Marktnischen – produziert und verbreitet werden, gäbe es nicht die ständige Nachfrage nach immer neuen Impulsen, mit der einhergeht die ständige Ausweitung technischer und ökonomischer Ressourcen, z.B. der ständigen Miniaturisierung und Verbilligung der Produktionsmöglichkeiten, die vorwiegend von der Profitorientierung der Musikindustrien vorangetrieben werden. Daran hat das avantgardistische Musikschaftern ebenso parasitär teil wie das industrialisierte Kulturschaftern an den ästhetischen Innovationen der avantgardistischen Musikschafternden. So besteht bei aller vordergründigen Animosität und Berührungsangst zwischen den beiden Bereichen auch ein gewissermaßen symbiotisches Verhältnis.

Ähnlich stellt sich das Verhältnis zwischen mediatisierter 'Transkultur' im Sinne von Malm/Wallis (1992, vgl. oben) und endogenen, lokalen Musikkulturen dar. Für die 'Transkultur' (also z.B. auch für so manche Erscheinungsform minoritären Musikschafterns) bilden die lokalen Musikkulturen ein Potential an unverbrauchten Formen und Inhalten. Elemente lokaler Musikkulturen können jederzeit als kleine Prise Pfeffer in die leicht zum Schalwerden tendierenden, standardisierten transkulturellen Produkte gemengt werden und ihnen dadurch für kurze Zeit neue Attraktivität verleihen. In diesem Prozess der Integration von Elementen lokaler Musikkulturen in die Transkultur findet natürlich ein

'Zurechtstutzen' der ursprünglichen Ausdrucksformen im Sinn einer Anpassung an die Standards der Transkultur statt.

Es wäre aber verfehlt, in diesem Zusammenhang grundsätzlich von bloßer Ausbeutung zu sprechen, denn gleichzeitig erhält ja die jeweilige lokale Musikkultur Zugang zum weltweiten Publikum der Transkultur. Man könnte auch sagen: für lokale Musikkulturen besitzt die Transkultur das Potential zur Verbreitung ihrer kulturellen Ausdrucksformen und Botschaften. Es ist dann immer von Fall zu Fall zu entscheiden, ob und wie weit lokale Musikkulturen ihre Eigenständigkeit im Rahmen der Transkultur zumindest in Ansätzen bewahren konnten, ob sie imstande waren, sich Möglichkeiten der Transkultur innovativ anzueignen oder ob sie ihre Identität weitgehend verloren haben.

Der Bedarf der industrialisierten Kultur bzw. der Transkultur nach innovativen Impulsen begründet die Widersprüchlichkeit der skizzierten Entwicklung. Eine nahezu lückenlose Industrialisierung bzw. transkulturelle Standardisierung des Musikschaflens schließt die im Rahmen kapitalistischer Verwertungsbedingungen dringendst nachgefragten Innovationen aus. Diese Impulse können nur aus Bereichen kommen, die der industriellen Produktion vor- oder ihr ausgelagert sind und sich daher den der Industrialisierung immanenten Kontrollmechanismen weitgehend entziehen können (sollten). Der Eigensinn der den Idealen des minoritären, also des experimentell-avantgardistischen Musikschaflens verpflichteten Künstler sowie der Eigensinn ursprünglicher kultureller Ausdrucksformen, also z.B. lokaler Musiken sind die unkontrollierbaren Elemente der aktuellen und wohl auch zukünftigen Entwicklung des Musikschaflens in einer Ära, in der eine strukturelle Vorherrschaft des industrialisierten Kulturschaflens fraglos gegeben ist. Die Globalisierung spitzt dieses tendenziell immer schon existierende gegenseitige Abhängigkeitsverhältnis zu und hat es vermutlich mittlerweile auf eine neue Qualitätsstufe befördert.

Damit soll aber keinesfalls ein wohlgefälliges Gleichgewichtsmodell propagiert werden. Es soll nur der Realität der herrschenden Produktionsverhältnisse Rechnung getragen und auf die z.T. sehr widersprüchlichen, nichts desto trotz aber engen Beziehungen zwischen Industrie und minoritär-experimentellem und/oder

lokaletm Bereich hingewiesen werden. Formen minoritär-experimentellen Musikschaflens sind im Zeitalter fortgeschrittener Globalisierung ebenso wie die vielfältigen Formen lokalen Musikschaflens keine historisch überkommenen oder obsoleten Formen des Musikschaflens und das industrialisierte Musikschaflen stellt keine Verfallsform oder Bedrohung für das herkömmliche Musikschaflen dar. Beide Elemente benötigen in der aktuellen Situation einander, beide beeinflussen einander. Wie allerdings deren Verhältnis zueinander konkret aussieht, hängt von den jeweils aktuellen politisch-ökonomischen Konstellationen, vom Selbstbewusstsein der Akteure, den damit zusammenhängenden realen Machtverhältnissen und im Weiteren von den kultur- und medienpolitischen Rahmenbedingungen ab, die letztlich von staatlicher und zunehmend überstaatlicher Seite vorgegeben werden.

Literatur

- Appadurai, Arjan (1990): Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy. In: Featherstone, Mike (Ed.), *Global Culture, Nationalism, Globalization and Modernity* (pp. 295-310). London etc: Sage.
- Baumann, Max Peter (Ed.) (1992): *World Music. Musics of the World. Aspects of Documentation, Mass Media and Acculturation* (International Music Studies 3, edited by M.P Baumann, International Institute for Traditional Music Berlin). Wilhelmshaven: Florian Noetzel.
- Beck, Ulrich (1997): *Was heißt Globalisierung?* Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Blaukopf, Kurt (1996): *Musik im Wandel der Gesellschaft. Grundzüge der Musiksoziologie (Musical Life in a Changing Society. Aspects of Music Sociology, Oregon: Amadeus Press 1992).* Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft (2. erw. Aufl.).
- Bontinck, Irmgard / Smudits, Alfred (1997): *Music and Globalization. Final Report prepared for the Annual Report of World Culture and Development of Unesco.* Wien: Mediacult (Manuskript verv.).
- Burnett, Robert (1996): *The Global Jukebox. The International Music Industry.* London, New York: Routledge.

- Chapple, Steve / Garofalo, Reebee (1980): *Wem gehört die Rock-Musik? Geschichte und Politik der Musikindustrie*. [Rock'n'Roll is Here to Pay, Chicago, Illinois: Nelson-Hall Inc. 1977]. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Cooper, C. (1993): *Noises on the Blood. Orality, Gender and the 'Vulgar' Body of Jamaican Popular Culture*. London, Basingstoke: MacMillan.
- european music office (Ed.) (1996): *Music in Europe. A study carried out by the European Music Office with the support of the European Commission (DGX)*. (manus, no place).
- Featherstone, Mike (Ed.) (1990): *Global Culture. Nationalism, Globalization and Modernity*. London, Newbury Park, New Delhi: Sage.
- Featherstone, Mike / Lash, Scott / Robertson, Roland (Eds.) (1995): *Global Modernities*. London Thousand Oaks New Delhi: Sage.
- Galtung, Johan (1997): *Der Preis der Modernisierung. Struktur und Kultur im Weltsystem*. Wien: Promedia.
- Garofalo, Reebee (1993): *Whose World, What Beat: The Transnational Music Industry, Identity, and Cultural Imperialism*. In: *THE WORLD OF MUSIC*, Vol. 35/2, pp. 16-32.
- Gebesmair, Andreas (2000): *Musik und Globalisierung. Zur Repertoireentwicklung der transnationalen Phonindustrie unter besonderer Berücksichtigung des österreichischen Musikmarktes. Forschungsbericht*. Wien: Mediacult.
- Harker, Dave (1997): *The wonderful world of IFPI: music industry rhetoric, the critics and the classical Marxist critique*. In: *POPULAR MUSIC* (Cambridge University Press), Vol. 16/1, pp. 45-79.
- Hannerz, Ulf (1987): *The World in Creolisation*. In: *AFRICA*, Vol. 57, pp. 546-559.
- Hesmondhalgh, David (1996): *Flexibility, post-Fordism and the music industries*. In: *MEDIA, CULTURE & SOCIETY* (Sage), Vol. 18, No. 4, pp. 469-488.
- IFPI (1996): *The Recording Industry in Numbers '96*. London: IFPI.
- Kroeber, Alfred (1963): *Anthropology: Culture Patterns and Processes*. New York: Harbinger Paperbacks (1923).
- Laing, Dave (1986): *The music industry and the 'cultural imperialism' thesis*. In: *MEDIA, CULTURE & SOCIETY* (Sage), Vol. 8, No. 3, pp. 331-341.
- (1992): *'Sadness', Scorpions and single markets: national and transnational trends in European popular music*. In: *POPULAR MUSIC* (Cambridge University Press), Vol. 11/2, pp. 127-140.
- Lange, André (1986): *Stratégies de la musique. L'industrie internationale de la musique enregistrée et l'édition phonographique dans la Communauté française de Belgique*. Bruxelles: Pierre Mardage.
- Larkey, Edward (1993): *Pungent Sounds. Constructing Identity with Popular Music in Austria*. New York etc: Peter Lang.
- Malm, Krister / Wallis, Roger (1992): *Media Policy and Music Activity*. London: Routledge.
- Mitchell, Tony (1996): *Popular Music and Local Identity. Rock, Pop and Rap in Europe and Oceania*. London, New York: Leicester University Press.

- Negus, Keith (1992): *Producing Pop. Culture and Conflict in the Popular Music Industry*. London etc.: Edward Arnold.
- (1994): *Transnational Policies and Local Predicaments. The Recording Industry and the (Re)Construction of European Musical Identities*. In: Opekar, Ales (Ed.), *Central European Popular Music* (pp. 7-11). Prague: Czech Branch of Iaspm.
- Nettl Bruno (1985): *The Western Impact on World Music*. New York: Schirmer.
- Peterson, Richard A. / Berger, David B. (1990): *Cycles in Symbol Production. The Case of Popular Music*. In: Frith, Simon / Goodwin, Andrew (Eds.), *On Record. Rock, Pop and the Written Word* (pp. 140-159). New York: Pantheon (Erstveröffentlichung 1975).
- Regev, Matti (1997): *Rock Aesthetics and Musics of the World*. In: *THEORY, CULTURE AND SOCIETY* (Sage), Vol. 14, No. 3, pp. 125-142.
- Ritzer, George (1993): *The MacDonaldization of Society*. Thousand Oaks: Pine Forge press.
- Rutten, Paul (1996): *Global Sounds and Local Brews. Musical Development and Music Industry in Europe*. In: european music office (Ed.), *Music in Europe* (pp. 64-76). (manus, no place).
- Ryan, John / Peterson, Richard A. (1993): *Occupational and organizational consequences of the digital revolution in music making*. In: *CURRENT RESEARCH ON OCCUPATIONS AND PROFESSIONS* (JAI Press Inc.), Vol. 8, pp. 173-201.
- Shore, Laurence Kenneth (1983): *The Crossroads of Business and Music. A Study of the Music Industry in the United States and Internationally*. Ann Arbor: Stanford University Ph.D. xerography by University Microfilms International.
- Smudits, Alfred (1998): *Musik und Globalisierung: Die Phonographischen Industrien. Strukturen und Strategien*. In: *ÖSTERREICHISCHE ZEITSCHRIFT FÜR SOZIOLOGIE*, 23. Jg., H. 2, S. 23-52.
- de Swaan, Abram (1995): *Die soziologische Untersuchung der transnationalen Gesellschaft*. In: *JOURNAL FÜR SOZIALFORSCHUNG*, 35 Jg., H. 2, pp. 107-120.
- Throsby, David (1998): *The role of music in international trade and economic development*. In: UNESCO (Ed.), *World Culture Report. Culture, Creativity and Markets* (pp. 193-209). Paris: UNESCO.
- Wagner, Peter (1997): *Das Jahr in Musik & Multimedia*. In: *Rolling Stone*, No. 1, pp. 68-72.
- Wallis, Roger / Malm, Krister (1984): *Big Sounds from Small Peoples. The music industry in small countries*. New York: Pendragon Press.
- Wiora, Walter (1988): *Die vier Weltalter der Musik. Ein universalhistorischer Entwurf*. München et al.: dtv Bärenreiter (Erstveröffentlichung 1961).

Abstract

In order to study the relationship between local musics and global markets relevant theoretical approaches concerning the issue of music and globalisation have been examined as well as empirical data on the structure and strategies of international phonographic industries. The findings are that transnational, popular music does not correspond to 'Anglo-American' popular music per se. There are economic forces which influence the strategies of global entertainment corporations in order to promote international acts, but at the same time to take care of local markets with specific demands. This partly contradictory situation seems to lead towards an increasingly symbiotic relationship between global corporations and local musics.